

УДК 659.3

## **ПРОДВИЖЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИВ В Г. САМАРЕ» С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТА SMM**

© Петина О.А., Чернявская Н.А.

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: olga.pet8@yandex.ru

Цель работы – выявление и изучение особенностей продвижения федерального учреждения «Российский государственный архив в г. Самаре» (РГА) [2] с помощью инструмента SMM, а также разработка рекомендаций для сотрудников, занимающихся продвижением архива.

Архив является центром хранения документов по истории отечественной науки и техники и документов федеральных органов государственной власти, расположенных на территории Самарской области. Бюджет организации не позволяет проводить масштабную деятельность по продвижению. Социальные сети ведутся сотрудниками архива, сторонние специалисты не привлекаются.

Для достижения поставленной цели нами была определена стратегия ведения социальных сетей архива. Специалист по SMM Дамир Халилов отмечает, что при подготовке стратегии ведения социальных сетей необходимо ответить на четыре основных вопроса: Зачем делать? Для кого делать? Что делать? Где делать? [1].

Охарактеризуем стратегию архива с опорой на предложенную Д. Халиловым схему.

### *Зачем делать?*

В марте 2020 года сотрудники РГА в г. Самаре создали страницы организации в Instagram, «ВКонтакте» и YouTube, поводом послужили начало пандемии COVID-19 и дальнейшая самоизоляция населения. Офлайн-общение с посетителями прервалось, и организация решила улучшить онлайн-коммуникацию.

Цель ведения социальных сетей архива – повышение осведомленности о деятельности организации и увеличение обращений населения.

Архив ставит следующие задачи ведения социальных сетей:

- введение архивных документов в научный и пользовательский оборот путем обсуждения в социальных сетях;
- облегчение обращения в архив для всех категорий населения;
- взаимодействие с другими учреждениями культуры, науки и образования, общественными организациями и СМИ;
- информирование о проводимых архивом мероприятиях;
- повышение лояльности среди постоянных посетителей архива;
- сплочение коллектива вследствие совместной работы над сетями и информирование о работе разных отделов.

### *Для кого делать?*

На основании анализа статистических данных и профиля организации нами был создан портрет целевой аудитории архива. Целевую аудиторию можно сегментировать следующим образом.

«Конструкторы» – люди, заинтересованные в создании собственных устройств, сооружений с применением опыта исследователей, чьи чертежи хранятся в архиве.

«Историки» – исследователи истории техники, истории Самарской области и ее выдающихся личностей.

«Студенты» – учащиеся вузов г. Самары по специальностям «История», «Архивоведение», заинтересованные в прохождении практики и дальнейшем трудоустройстве в архиве.

«За справкой» – люди, обращающиеся в архив с социально-правовыми запросами о бывшем месте работы.

*Что делать?*

На данный момент организация в своих социальных сетях публикует материалы, нацеленные как на внешнюю, так и на внутреннюю аудиторию. В большинстве случаев это новости архива, оцифрованные документы и фотографии, которые хранятся в архиве, статьи о различных исторических событиях и о технологиях сохранения исторического наследия. Кроме того, опубликованы инструкции о том, как обратиться в архив для получения справок или получения доступа к архивным документам.

На наш взгляд, неохваченной остается аудитория студентов, которая важна для расширения и омоложения целевой аудитории архива. Возможным решением данной проблемы может быть публикация постов о том, как студенты могут быть полезны архиву и чему они могут там поучиться.

Кроме того, использованы не все функции площадок. Например, не используется формат stories в Instagram или формат «статья» во «ВКонтакте». Следует познакомить сотрудников с такими возможностями и / или нанять специалиста по SMM.

Архив информирует пользователей о проводимых мероприятиях, но не создает отдельной страницы для важных ивентов – между тем это эффективный способ повысить значимость мероприятия, подробно информировать о нем и отслеживать его участников.

*Где делать?*

Особенностями РГА в г. Самаре является то, что его целевая аудитория немногочисленна, средний возраст – более 35 лет. Архив верно выбрал площадки Instagram, «ВКонтакте» и YouTube, так как это наиболее популярные социальные сети, следовательно, благодаря этим ресурсам архив может расширить свою аудиторию.

Таким образом, социальные сети могут служить эффективной платформой для популяризации государственного учреждения, в частности архива, в сети Интернет, так как данный инструмент позволяет вывести обратную связь с целевой аудиторией на новый уровень, показать развитие организации в соответствии с тенденциями информатизации общества, широко распространять культурную и научно-историческую информацию.

#### **Библиографический список**

1. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 240 с.
2. РГА в г. Самаре. URL: rga-samara.ru.